

İD number 000001 - 02

MƏHSULUN TƏŞVİQİ ÜZRƏ KRKA ŞİRKƏTİNİN FƏALİYYƏT MƏCƏLLƏSİ

Qüvvəyə mindiyi tarix: 01.12.2023

<p>1. CONTENT OF KRKA'S CODE OF PROMOTION</p> <p>1.1. Introduction</p> <p>1.2. Definitions</p> <p>1.3. General principles</p> <p>1.3.1. The basis of interaction with healthcare professionals</p> <p>1.3.2. Appropriate use</p> <p>1.4. Standards of promotion</p> <p>1.5. Transparency of promotion</p> <p>1.6. Products</p> <p>1.6.1. Promoted products</p> <p>1.7. Audience</p> <p>1.7.1. Healthcare professionals</p> <p>1.7.2. General public or patients</p> <p>1.8. Promotional materials</p> <p>1.8.1. Declarations and substantiation of promotion</p> <p>1.8.2. Comparisons with other products</p> <p>1.8.3. Approval of promotional materials</p> <p>1.9. Informational or educational materials, items of medical utility and inexpensive promotional items</p> <p>1.10. Samples</p> <p>1.11. Marketing staff</p> <p>1.11.1. Education</p> <p>1.11.2. Individual calls</p> <p>1.11.3. Duty to accept reports about adverse reactions and opinion about the products</p> <p>1.11.4. Market research and non-interventional studies</p> <p>1.12. Events</p> <p>1.12.1. Objectives</p> <p>1.12.2. Venue</p> <p>1.12.3. Information</p> <p>1.12.4. Hospitality</p> <p>1.12.5. Exhibitions</p> <p>1.13. Site visits</p> <p>1.14. Educational support</p> <p>1.15. Service and consultancy</p> <p>1.15.1. Healthcare professionals</p> <p>1.15.2. Healthcare organisations</p> <p>1.16. Social contributions</p> <p>1.17. Patient organisations</p> <p>1.18. Disclosure of transfers of value to healthcare professionals, healthcare organisations and patient organisations</p> <p>1.18.1. Healthcare professionals</p>	<p>1.MƏHSULUN TƏŞVİQİ ÜZRƏ KRKA ŞİRKƏTİNİN FƏALİYYƏT MƏCƏLLƏSİNİN MƏZMUNU</p> <p>1. Giriş</p> <p>1.2. Terminlərin açıqlanması</p> <p>1.3. Ümumi prinsiplər</p> <p>1.3.1. Səhiyyə mütəxəssisləri ilə qarşılıqlı əlaqənin əsasları</p> <p>1.3.2. Təyinat üçün istifadə edilmə</p> <p>1.4. Təşviqat ilə bağlı standartlar</p> <p>1.5. Təşviqatın şəffaflığı</p> <p>1.6. Preparatlar</p> <p>1.6.1. Təşviq edilən preparatlar</p> <p>1.7. Auditoriya</p> <p>1.7.1. Səhiyyə mütəxəssisləri</p> <p>1.7.2. Geniş ictimaiyyət və ya pasiyentlər</p> <p>1.8. Təşviqat materialları</p> <p>1.8.1. Deklarasiyalar və təşviqatın əsaslandırılması</p> <p>1.8.2. Başqa preparatlarla müqayisə</p> <p>1.8.3. Təşviqat materiallarının razılaşdırılması</p> <p>1.9. İnformativ və ya tədris materialları, tibbi təyinatlı və bahalı olmayan təşviqat predmetləri</p> <p>1.10. Nümunələr</p> <p>1.11. Marketing işçiləri</p> <p>1.11.2. Fərdi vizitlər</p> <p>1.11.3. Arzulunmaz reaksiyalar haqqda hesabatların və preparatlar barədə fikirlərin qəbul edilməsi öhdəliyi</p> <p>1.11.4. Bazarın tədqiq edilməsi və qeyri-intervensiyon tədqiqatları</p> <p>1.12. Tədbirlər</p> <p>1.12.1. Məqsədlər</p> <p>1.12.2. Fəaliyyət məkanları</p> <p>1.12.3. İnformasiya</p> <p>1.12.4. Nümayəndəliyin xərcləri</p> <p>1.12.5. Sərgilər</p> <p>1.13. Şirkətin obyektlərinə səfərlər</p> <p>1.14. Tədris dəstəyi</p> <p>1.15. Xidmət və konsultasiya</p> <p>1.15.1 Səhiyyə mütəxəssisləri</p> <p>1.15.2. Səhiyyə təşkilatları</p> <p>1.16. İlanələr</p> <p>1.17. Pasiyent təşkilatları</p> <p>1.18. Səhiyyə mütəxəssisləri, səhiyyə təşkilatları və pasiyent assosiasiyalarına təşviqat və ya başqa məqsədlərlə dərman vasitələrinin işlənilib-hazırlanması və satışı ilə bağlı dəyərin birbaşa və ya dolayı yolla ötürülməsi haqqda informasiya vermək</p> <p>1.18.1. Səhiyyə mütəxəssisləri</p>
---	---

<p>1.18.2. Healthcare organisations 1.18.3. Patient organisations 1.19. Responsibility 1.20. Enforcement</p> <p>2. REFERENCE DOCUMENTS 3. ATTACHMENTS 4. HISTORY 5. PREPARATION AND APPROVAL 6. DISTRIBUTION LIST</p>	<p>1.18.2. Səhiyyə təşkilatları 1.18.3. Pasiyent təşkilatları 1.19. Öhdəliklər 1.20. Qanunvericiliyə riayət edilməsi</p> <p>2. İSTİNAD SƏNƏDLƏRİ 3. ƏLAVƏLƏR 4.SƏNƏDLƏ.DİRİLMİŞ İNFORMASIYA 5. HAZIRLIQ VƏ TƏSDİQ 6. SƏNƏDLƏRİN GÖNDƏRİLDİYİ ÜNVANLAR</p>
---	---

<p>1. CONTENT OF KRKA'S CODE OF PROMOTION</p> <p>1.1. Introduction</p> <p>This Krka's Code of Promotion (hereinafter: 'Krka's Code of Promotion' or 'the Code') defines activities relating to promotional and non-promotional activities carried out by the Krka Representative office in Republic of Azerbaijan (hereinafter: 'the Company' or 'Krka') in marketing of its products. In their marketing activities, Krka's companies should comply with the national laws and regulations, and with the current European, international and national codes on promotion and marketing of medicinal products adopted by professional associations. The provisions of this Code will be interpreted and implemented in accordance with all applicable rules. This code doesn't apply to the products, promotion of which is prohibited by the local legislation.</p> <p>The Code determines requirements regarding Krka's marketing activities with the focus particularly on prescription-only medicinal products and interactions with the healthcare community (including but not limited to healthcare professionals, healthcare organisations, patients, and patient organisations). The Code's requirements also apply to marketing of other products where appropriate. Krka may also adopt more specific and detailed internal rules relating to issues defined in the Code.</p> <p>By adopting this Code, Krka demonstrates its commitment to ethical standards in its marketing activities and its commitment to the List of Guiding Principles Promoting Good Governance in the Pharmaceutical Sector, to integrity, respect, responsiveness, accountability, collaboration, and transparency.</p> <p>The Code applies to and provides guidance for Krka employees when they promote products, or give information about products. The principles set forth in the Code are mandatory and shall be implemented by all</p>	<p><b>1.MƏHSULUN TƏŞVİQİ ÜZRƏ KRKA ŞİRKƏTİNİN FƏALİYYƏT MƏCƏLLƏSİNİN MƏZMUNU</b></p> <p><b>1.1 Giriş</b></p> <p>Bundan sonra "Məhsulun təşviqi üzrə KRKA şirkətinin fəaliyyət məcəlləsi" və ya "Məcəllə" adlanacaq KRKA şirkətinin bu Məcəlləsi KRKA Azərbaycan Nümayəndəlik ofisi (gələcəkdə "Şirkət" və ya "KRKA") tərəfindən preparatların marketinqi zamanı həyata keçirilən təşviqat xarakterli olan və olmayan fəaliyyətini müəyyən edir. KRKA şirkətləri dərman preparatlarının tanıtılması və marketinq fəaliyyətini ölkə qanunvericiliyi və qaydalarına, həmçinin dərman preparatlarının təşviqi və marketinqi üzrə qüvvədə olan Avropa, beynəlxalq və ölkə qanunlarına müvafiq olaraq həyata keçirməlidirlər. Hazırki <i>Məcəllənin</i> müddəaları bütün mövcud qaydalara uyğun olaraq izah edilir və tətbiq olunur. Bu Məcəllə yerli qanunvericiliklə təşviqi qadağan edilmiş preparatlara şamil edilmir.</p> <p><i>Məcəllə</i> KRKA-nın marketinq fəaliyyətləri, xüsusilə yalnız dərman preparatlarının təyin olunmasına diqqət yetirilməsi və səhiyyə orqanları ilə qarşılıqlı münasibətlərlə (o cümlədən, səhiyyə mütəxəssisləri və səhiyyə təşkilatları, pasiyentlər, pasiyent assosiasiyaları və s.daxil edilməklə, amma məhdudlaşmamaqla) bağlı tələbləri müəyyən edir. Uyğun olduğu təqdirdə, Məcəllənin tələbləri digər preparatların marketinqi ilə bağlı da tətbiq edilir. KRKA həmçinin <i>Məcəllədə</i> müəyyənləşdirilmiş məsələlərlə bağlı daha konkret və ətraflı daxili qaydalar qəbul edə bilər.</p> <p>hazırki Məcəlləni qəbul etməklə, Krka marketinq fəaliyyəti zamanı etik normalara riayət etdiyini və farmasevtika sahəsində müvafiq idarəetməyə kömək edən Rəhbər Prinsiplərin Siyahısı ilə bağlı şirkətin bütövlüyü, hörmət, çeviklik, cavabdehlik, əməkdaşlıq və şəffaflıq ilə bağlı öhdəliklərə sadıq qaldığını nümayiş etdirir.</p> <p><i>Məcəllə</i> dərman vasitələrinin təşviqi və ya preparatlar haqqda məlumatların verilməsi zamanı KRKA şirkəti əməkdaşları tərəfindən istifadə olunur və rəhbər tutulur. Məcəllədə göstərilən qaydalar məcburi olub, müvafiq milli qanunvericiliyin tələb və</p>
--	---

Krka subsidiaries and representative offices, provided that they do not conflict with the requirements and regulations of the appropriate national law

## 1.2. Definitions

Frequently used terms refer to the following: Krka refers to KRKA Representative office in Republic of Azerbaijan, Krka's representative refers to Krka's medical and/or pharmacy representative, key account representative and any other Krka employee promoting products to healthcare professionals, healthcare organisations or patient organisations.

The Code refers to Krka's Code of Promotion. Product refers to medicinal products.

Applicable rules refer to national laws and regulations, industry codes and guidelines relating to the promotion of medicinal products (e.g. Directive 2001/83/EC on the Community code relating to medicinal products for human use, Code of Conduct of Medicines for Europe, Law of the Republic of Azerbaijan on medicines, Law of the Republic of Azerbaijan on Personal data, Law of the Republic of Azerbaijan on advertising and etc.) and Krka's internal rules (e.g. the Krka's Code of Conduct, Rules on Fraud Prevention, Detection and Investigation, etc.). If national laws impose more stringent requirements, Krka must comply with those.

Healthcare Community refers to healthcare professionals, healthcare organisations, patients and patient organisations. The term also includes any other person or organisation that is involved in the regulation, approval, control or supply of medicines, or that communicates about medicines in a professional capacity (e.g. a medical journalist, but excluding company representatives) to healthcare professionals, healthcare organisations or patient organisations.

Healthcare professional (HCP) refers to a natural person who is a doctor, a member of medical, dental, pharmacy, or nursing professions, or any other person who may prescribe, dispense, purchase, supply, recommend, or administer a medicinal product. The definition 'healthcare

qaydalarına zidd olmamaq şərtilə, KRKA şirkətinin bütün filial və nümayəndəliklərində tətbiq olunmalıdır.

## 1.2. Terminlərin açıqlanması

Tez-tez istifadə olunan terminlər:

**KRKA** – KRKA Azərbaycan Nümayəndəlik Ofisi  
KRKA nümayəndəliyi dedikdə, KRKA-nın tibbi, və/və ya farmasevtik nümayəndəliyi, əsas müştərilərlə iş üzrə nümayəndəsi və tibb işçiləri, səhiyyə təşkilatları və ya pasiyent assosiasiyalarına preparatları təşviq edən hər hansı Krka əməkdaşı nəzərdə tutulur.

**Məcəllə** - məhsulun təşviqi üzrə KRKA şirkətinin Məcəlləsi deməkdir;

**Preparat** dedikdə tibbi preparatlar nəzərdə tutulur.

**Tətbiq edilən qaydalar** dərman preparatlarının təşviqinə dair ölkə qanunları və əsasnamələri, sahə üzrə məcəllələri və rəhbərlikləri (yəni, *Direktivlər 2001/83/EC – Avropa Birliyinin dərman preparatlarının tibbi istifadəsi üzrə Məcəlləsi, Avropa Dərman Preparatları Assosiasiyasının Davranış Məcəlləsi, Azərbaycan Respublikasının Dərman Preparatlarının Təşviqatı haqqında Qanunu və s.*) və KRKA şirkətinin daxili qaydalarını (məs., Krka şirkətinin *Etika məcəlləsi, Dələduzluğun qarşısının alınması, müəyyən edilməsi və araşdırılması* və sairə) bildirir. Ölkə qanunları daha sərt tələblər qoyduğu təqdirdə, KRKA şirkəti onlara riayət etməlidir.

**Səhiyyə orqanları** dedikdə, səhiyyə mütəxəssisləri və təşkilatları, pasiyentlər və pasiyent assosiasiyaları nəzərdə tutulur. Termin eyni zamanda, dərman vasitələrinin tənzimlənməsi, təsdiqi, nəzarəti və təchizatı ilə məşğul olan və ya professional səviyyədə dərman vasitələri haqqda səhiyyə mütəxəssisləri və təşkilatlara və ya pasiyent assosiasiyalarına məlumat verən (məs., tibb sahəsi üzrə journalist, lakin şirkət nümayəndələri istisna edilir) hər hansı başqa şəxs və ya təşkilatı da əhatə edir. Səhiyyə mütəxəssisi (SM) tibb, stomatologiya, əczaçılıq və ya sahələrinin nümayəndələri və ya tibb, digər tibb işçisi, stomatologiya və əczaçılıq sahələrinin əməkdaşı və ya tibb bacıları və ya tibbi preparatı reseptlə yazsa, sata/ala, təchiz və tövsiyə edə və ya təyin edə bilən istənilən başqa şəxs deməkdir. "Səhiyyə mütəxəssisi" dedikdə: (i) dərman preparatlarını təyin etmək, buraxmaq,

professional' refers to: (i) an official or employee of a governmental agency or another organisation that may prescribe, dispense, purchase or administer medicinal products, (ii) an employee of a pharmaceutical company whose primary occupation is that of a practicing healthcare professional. The definition of a healthcare professional does not refer to an employee of a pharmaceutical company, a wholesaler, or a distributor of medicinal products.

Healthcare organisation (HCO) refers to an entity (i) that is a healthcare, medical or scientific association or organisation (irrespective of the legal and organisational form), e.g. a hospital, clinic, foundation, university, or other teaching institution or learned society or (ii) through which one or more healthcare professionals provide healthcare services. The definition of a healthcare organisation does not include a wholesaler, distributor, and similar commercial intermediary.

Patient organisation refers to a not-for-profit organisation that is patient-focused and mainly composed of patients and/or caregivers that represent and/or support the needs of patients and/or caregivers.

Promotion/Promotional refers to marketing of medicinal products that includes any form of door-to-door information, canvassing activity, or inducement designed to promote the prescription, supply, recommendation, , or consumption of medicinal products, in particular:

- (a) Advertising of medicinal products (applies only to non-prescription drugs) to healthcare professionals,
- (b) Calls of Krka's representatives on healthcare professionals,
- (c) Supply of samples,
- (d) Organisation of professional and promotional meetings attended by healthcare professionals,
- (e) Support and/or sponsorship of scientific congresses and other professional meetings for healthcare professionals,
- (f) Support of healthcare professional attendance at scientific congresses and other professional meetings.

almaq və ya tətbiq etmək hüququna malik dövlət orqanı və ya digər təşkilatın vəzifəli şəxsi və ya əməkdaşı; (ii) əsas fəaliyyəti SM olan əczaçılıq şirkətinin əməkdaşı nəzərdə tutulur. Topdansatış taciri, distribüter və ya əczaçılıq şirkətinin əməkdaşı səhiyyə mütəxəssisi hesab edilmir.

**Səhiyyə təşkilatı (ST)** – (i) tibbi və ya elmi müəssisə (hüquqi və təşkilati strukturundan asılı olmayaraq) – xəstəxana, klinika, fondlar, universitet və ya digər təhsil müəssisəsi və ya elmi cəmiyyət, və ya (ii) və ya bu təşkilatlar vasitəsilə tibbi xidmət göstərən bir neçə səhiyyə mütəxəssisi hesab edilir. Dərman preparatlarının topdansatışı, distribüteri və ya bənzər komersiya vasitəçiləri "səhiyyə təşkilatı" anlayışına daxil edilmirlər.

**Pasiyent assosiasiyası** fəaliyyətləri pasiyentlərə yönələn və əsasən, pasiyent və/və ya onlara qulluq edən şəxslərdən ibarət olan, pasiyentləri və/və ya onlara qulluq edən şəxsləri təmsil edən və/və yaxud onların ehtiyaclarını dəstəkləyən qeyri-kommersiya təşkilatını bildirir.

**Təşviq/təşviqat** tibbi preparatların təyin edilməsi, təchizatı, tövsiyyəsi, və ya istehlakını təşviq etmək üçün qapıdan-qapıya məlumatların çatdırılması, təbliğat fəaliyyəti və ya təşviq etmə kimi hər hansı formada tibbi preparatların marketinqi olub, xüsusilə:

- (a) səhiyyə mütəxəssisləri üçün dərman preparatlarının təşviqatı (yalnız reseptsiz dərman vasitələrinə şamil edilir),
- (b) tibb işçilərinin səhiyyə mütəxəssislərinə ziyarət etməsi,
- (c) nümunələrin təqdim edilməsi,
- (ç) səhiyyə mütəxəssislərinin iştirak ilə peşəkar və təşviqat tədbirlərinin təşkili,
- (d) səhiyyə mütəxəssislərinin iştirak etdiyi professional və təşviqat toplantılarının təşkili;
- (e) səhiyyə mütəxəssislərinin iştirak etdiyi elmi konqres və digər peşəkar toplantılara dəstək və/və ya sponsorluq edilməsi,
- (f) SM-nin elmi konqres və digər peşəkar tədbirlərə qatılmasına dəstək deməkdir.

Promotional material refers to any material in a hard copy (brochure, leaflet, mailing, etc.) or electronic form (presentation, video, e-brochure, e-mailing, etc.) intended for the promotion of a product(s). The promotional material may include information about the product, its therapeutic use, information about clinical experiences with the product, and comparisons with other treatment options. It may also include information about the price and reimbursement of the product.

### 1.3. General principles

#### 1.3.1. The basis of interaction with healthcare professionals

In accordance with Krka's mission 'Living a healthy life', Krka's relationship with healthcare professionals is intended to benefit patients, to advance the practice of medicine and promote dissemination of medical knowledge and experience. Interactions are focused on promoting to and informing healthcare professionals about therapeutic areas, products, features, indications providing scientific and educational information. Krka provides healthcare professionals with the latest up-to-date scientific medical and pharmaceutical knowledge and with up-to-date objective information on products and treatment options and supports any such efforts and activities of healthcare society thus giving healthcare professionals an adequate basis for confident decisions about the best treatment options that are in favour of and to the benefit of the patients.

Nothing may be offered or provided in a manner or under condition that would inappropriately influence a healthcare professional's independent decisions. No financial benefit or benefit-in-kind may be offered or provided (even if asked for) to a healthcare professional in exchange for prescribing, recommending, purchasing, supplying or administering products, or for a commitment to continue to do so.

The company respects the independence of healthcare professionals and does not interfere with the relationship and trust that exists between patients and their healthcare professionals.

**Təşviqat materialı** çap formasında (broşür, vərəqə, poçt göndərişi və s.) və ya elektron formada (təqdimat, video, e-broşür, e-yollama və s.) məhsulun təşviqi üçün nəzərdə tutulan istənilən materialdır. Təşviqat materialına preparat, onun terapevtik istifadəsi və preparatla aparılan klinik təcrübə haqqda məlumat, habelə digər müalicə üsulları ilə müqayisə haqqda informasiya da daxil ola bilər. Material həmçinin preparatın qiyməti və kompensasiyası haqqında məlumatı da özündə əks etdirə bilər.

### 1.3. Ümumi prinsiplər

#### 1.3.1. Şirkətin səhiyyə mütəxəssisləri ilə qarşılıqlı fəaliyyətinin əsasları

KRKA şirkətinin «Sağlam həyat naminə» missiyasına uyğun olaraq, KRKA şirkətinin səhiyyə mütəxəssisləri ilə münasibəti pasiyentlərin fayda əldə etməsinə, tibbi təcrübənin inkişaf etməsinə, tibbi bilik və praktikanın yayılmasını stimulladırmağa xidmət edir. Qarşılıqlı fəaliyyət preparatların tanınması, elmi və tədris xarakterli məlumatların təqdim edilməsi ilə səhiyyə mütəxəssislərinin terapevtik qruplar, dərman preparatları, onların xassələri və göstərişləri ilə tanış edilməsinə yönəldilmişdir. Krka səhiyyə mütəxəssislərini preparatlar və müalicə üsulları haqqda aktual elmi-tibbi və əczaçılıq bilikləri, preparatlar haqqda ən son və obyektiv informasiya ilə təmin edir, habelə xəstələrin optimal müalicə üsulları ilə bağlı qərarların qəbul edilməsi məqsədilə səhiyyə mütəxəssislərinə müvafiq məlumatlar təqdim edərək, səhiyyə orqanlarının bu sahədə istənilən səy və fəallığını dəstəkləyir.

Səhiyyə mütəxəssisinin müstəqil qərarına yanlış təsir göstərə biləcək şəkildə və ya şərtlə heç nə təklif etmək və ya vermək olmaz. Səhiyyə mütəxəssislərinə preparatların təyini, tövsiyəsi, alışı, tədarükü və ya tətbiqinə, yaxud bunların gələcəkdə də davam etdirilməsi vədinə görə (hətta, belə istək yaransa belə) hər hansı bir formada maddi mənfəət və ya mükafat təklif edilməsi və ya verilməsinə və ya maddi mənfəət və ya mükafat təklif edilməsinə yol verilmir. Şirkət səhiyyə mütəxəssislərinin müstəqilliyinə hörmətlə yanaşır, pasiyent və səhiyyə mütəxəssisləri arasında mövcud olan münasibət və etibara müdaxilə etmir

### 1.3.2. Appropriate use

Promotion should encourage an appropriate use of products by presenting them objectively, without exaggerating their properties, and in accordance with the approved national Summary of Product Characteristics (SmPC). In order to achieve this, Krka's representatives only use approved up-to-date standardised promotional materials for the products and therapeutic areas they promote. Additionally, they can also present Summary of Product Characteristics (SmPC) for all products in promotion (mandatory if requested by a healthcare professional).

### 1.4. Standards of promotion

Krka maintains ethical standards and transparency in promotion at all times. Promotion must be objective and balanced. Promotional materials should be sufficiently complete to enable the recipient to form their own opinion. They must not be misleading and must encourage the rational use of medicinal products, without exaggerations and superlatives. Promotion must never bring discredit upon, or reduce confidence in the Company and in the pharmaceutical industry in general. Promotion must always recognise specific nature of products and the professional standing of the recipient(s). Promotion must never be done in a way likely to cause offence.

### 1.5. Transparency of promotion

The Company does not do any form of disguised promotion.

The Company recognises the importance of transparency in relations and interactions between the Company and the healthcare community. Accordingly, Krka discloses value transfers to healthcare professionals, healthcare organisations, and patient organisations in accordance with the adopted standards.

### 1.6. Products

#### 1.6.1. Promoted products

Only products with granted marketing authorisations can be promoted. Products are promoted only within the scope of approved

### **1.3.2. Dərman preparatlarından düzgün istifadə**

Dərman preparatlarının təşviqi onların xassələri haqqında mübaliğəyə yol vermədən obyektiv məlumatlar verməklə, preparatın təsdiq olunmuş düzgün tibbi istifadə təlimatına uyğun tətbiqinə kömək etməlidir. Buna nail olmaq məqsədilə KRKA-nın tibbi nümayəndələri təşviq edilən preparatlar və terapeutik qruplar üçün yalnız bəyənilmiş, son standartlaşdırılmış təşviqat materiallarından istifadə edirlər. Bundan əlavə, yalnız SM-nin sorğusu əsasında, onlar tanıtılan preparatların tibbi istifadəsinə dair təlimatı da təqdim edə bilirlər (səhiyyə mütəxəssisi tələb etdiyi halda, bu məcburidir).

### **1.4. Preparatların təşviqi standartları**

KRKA şirkəti preparatların təşviqinin bütün mərhələlərində etik normalara və şəffaflığa riayət edir. Təşviq obyektiv və tarazlaşdırılmış olmalıdır. Təşviqat materialları alıcının fikir formalaşdırmasına imkan verəcək dərəcədə tam olmalıdır. Onlar yanlış təsəvvür yaratmamalı və tibbi preparatların rəşional istifadəsinə kömək etməlidir. Təşviq heç vaxt Şirkəti və ümumilikdə əcazılıq sənayesini nüfuzdan salmamalı və ya onlara olan etimadın səviyyəsini azaltmamalıdır. Təşviq prosesində həmişə dərman preparatlarının xüsusi xarakteri və alıcının (alıcıların) peşəkar mövqeyi nəzərə alınmalıdır. Təşviqi heç vaxt inciklik yaradacaq şəkildə aparmaq olmaz.

### **1.5. Təşviqin şəffaflığı**

Şirkətin təşviq üzrə fəaliyyəti gizli olmamalıdır. Şirkət səhiyyə orqanları ilə Şirkətlə arasında münasibətlərdə və qarşılıqlı fəaliyyətdə şəffaflığın vacibliyini dərk edir. Bunu nəzərə alaraq, KRKA tətbiq edilən standartlara uyğun olaraq dəyərlərin verilməsi haqqda informasiyanı səhiyyə mütəxəssislərinə, səhiyyə təşkilatlarına və pasiyent assosiasiyalarına açıqlayır.

### **1.6. Dərman preparatları**

#### **1.6.1. Təşviq edilən preparatlar**

Yalnız qeydiyyatdan keçmiş dərman preparatları təşviq oluna bilər. Dərman preparatları yalnız istifadə haqqda təsdiq olunmuş göstərişlər və



indications and other particulars listed in the approved Summary of Product Characteristics. Rational use of products is promoted by presenting the products objectively and without exaggerating their properties.

## 1.7. Audience

### 1.7.1. Healthcare professionals

Promotion of prescription-only medicinal products is aimed at healthcare professionals only, and promotion of other products is aimed at healthcare professionals and general public or patients. Any data on healthcare professionals acquired during promotional activities are handled in accordance with applicable rules relating to personal data protection. Mailings, e-mails or other messages as part of promotional activities can be sent only to recipients who have given their prior consent or upon their request. Recipients can at any time withdraw their consent, and they will be immediately withdrawn from all the mailing lists of the Company. Their respective personal data (e-mail addresses, mobile phone numbers) will be deleted.

Attendance of healthcare professionals at scientific congresses and other professional events organised by a third party can be supported only upon a prior request of a healthcare professional for such support.

The Company assures that information and materials prepared for healthcare professionals only and/or shared on social media or through other channels of communication are not forwarded or shared with general public.

### 1.7.2. General public or patients

In accordance with our mission 'Living a healthy life', Krka can support educational programmes conducted to satisfy increasing demands of the community for scientific information and increase public knowledge concerning healthcare, prevention of diseases, signs and symptoms of diseases, and available methods of treatment. Such

dərman preparatının tibbdə istifadəsinə dair təsdiq olunmuş Təlimatda sadalanan digər xüsusiyyətlər çərçivəsində təşviq olunur. Dərman preparatlarının rəasional və səmərəli tətbiqi onların xüsusiyyətləri barədə mübalığəyə yol vermədən obyektiv məlumatların verilməsi yolu ilə həyata keçirilir.

## 1.7. Hədəf auditoriyası

### 1.7.1. Səhiyyə mütəxəssisləri

Reseptlə buraxılan dərman preparatlarının təşviqi yalnız səhiyyə mütəxəssislərinə aid fəaliyyətdir. Başqa preparatların təşviqi səhiyyə mütəxəssisləri, ümumi ictimaiyyət və ya pasiyentlər üçün nəzərdə tutulmuşdur. Preparatların təşviqinin gedişində səhiyyə mütəxəssisləri haqqda əldə edilən istənilən məlumatlardan şəxsi məlumatların qorunmasına dair tətbiq edilən qaydalara uyğun olaraq istifadə edilir. Bülletenlər, elektron məktublar və ya istənilən digər mesajlar preparatların təşviq aləti kimi yalnız belə xəbərlərin alınmasına öncədən razılıq vermiş və ya almaq üçün sorğu ilə müraciət etmiş alıcılara göndərilir. Alıcılar xəbərlərin alınması ilə bağlı verdikləri razılıqdan istənilən vaxt imtina edə bilərlər və bu zaman onlar Şirkətin bütün daimi adresatlar siyahısından dərhal çıxarılacaqlar.

Səhiyyə mütəxəssislərinin üçüncü şəxslər tərəfindən təşkil olunan elmi konqreslərdə və digər peşəkar tədbirlərdə iştirakının dəstəklənməsi yalnız səhiyyə mütəxəssisinin əvvəldən göndərilmiş müraciətinə əsasən təmin olunur.

Şirkət yalnız səhiyyə mütəxəssisləri üçün hazırlanmış və/və ya sosial şəbəkə və ya digər rabitə kanalları vasitəsilə paylaşılmış informasiya və materialların geniş ictimaiyyətə ötürülməyəcəyi və ya paylaşılmayacağına təminat verir.

### 1.7.2. İctimaiyyət və ya pasiyentlər

Bizim «Sağlam həyat naminə» missiyamıza uyğun olaraq, KRKA cəmiyyətin elmi informasiyaya olan artan ehtiyacının təmin edilməsi, səhiyyə və xəstəliklərin profilaktikası, xəstəliklərin əlamətləri və simptomları, onların mümkün müalicə üsulları haqqda cəmiyyətin maariflənmə səviyyəsinin yüksəldilməsi məqsədilə keçirilən müxtəlif təlim

activities and programmes are designed and implemented in accordance with the highest standards, and support the role of healthcare providers. Information for the common public can be very general, about a certain disease. It must be objective, not misleading, and void of any elements of prescription-only medicinal product promotion. Within the scope of such communication, the Company may provide the common public or patients with general leaflets and brochures containing information on diseases, treatment and health. The information presented in brochures is non-promotional and no names of prescription-only medicinal products are given.

When individual members of the common public (patients) address requests for advice on personal medical matters to the Company, the enquirer is advised to consult a healthcare professional. The Company only offers information about its products and the proper use of its products.

#### 1.8. Promotional materials

Promotional materials, including their content and graphics, are prepared in such a manner that they do not induce ambiguity about the product, the marketing authorisation holder or producer, and do not imitate elements used by other companies. All promotional materials must meet at least minimum legal requirements about data from SmPC and/or Instructions for use, including data about the marketing authorisation holder. On all promotional or other materials, the Company name must be presented as a clearly visible Company logo or a Company banner. In addition to the Company name, all promotional materials must also contain a complete contact address of the Company subsidiary and/or a Company representative office, or a website address with other contact details.

All promotional materials and information (whether printed, digital or oral) must be clear, legible, accurate, up-to-date, balanced, fair, and sufficiently complete to enable the recipient to form their own opinion. It must

proqramlarına dəstək verə bilər. Belə tədbir və proqramlar yüksək standartlara uyğun şəkildə təşkil olunaraq həyata keçirilir və səhiyyə mütəxəssisinin mühüm rolunu dəstəkləyir. Geniş ictimaiyyətə təqdim olunan informasiya konkret xəstəlik haqqda olub, ümumi xarakter daşıya bilər. O, obyektiv olmalı, yanıltmamalı və reseptlə təyin edilən preparatların hər hansı təşviq elementini özündə əks etdirməməlidir. Belə ünsiyyət çərçivəsində, Şirkət geniş ictimaiyyətə /pasiyentlərə xəstəliklər, onların müalicə üsulları və sağlamlıq haqqda məlumatları özündə əks etdirən informasiya xarakterli vərəqələr /broşürlər təqdim edə bilər. Bu broşürlərdə təqdim edilən heç bir informasiya təşviqat xarakteri daşımır və dərman preparatlarının adları qeyd olunmur.

İctimaiyyət (pasiyentlər) tərəfindən Şirkətə şəxsi tibbi məsələlərlə bağlı sorğu ilə müraciət edildiyi təqdirdə, Şirkət müraciət edən şəxsə səhiyyə mütəxəssisinə müraciət etməyi məsləhət görür. Şirkət yalnız öz preparatları və onların düzgün istifadəsi barədə məlumat verir.

#### 1.8. Təşviqat materialları

Təşviqat materialları, o cümlədən onların məzmunu və qrafik elementləri hazırlanarkən onlarda preparat, qeydiyyat şəhadətnaməsinin sahibi və ya istehsalçı haqqda heç bir anlaşılmazlıq olmamalı və digər şirkətlər tərəfindən istifadə edilən elementlər təkrarlanmamalıdır. Preparatlarda və ya bütün təşviqat materiallarında Şirkətin adı əmtəə nişanı ilə birlikdə aydın görünən şəkildə təqdim olunmalı və ya Şirkətin bannerində yerləşdirilməlidir. Şirkətin adı ilə yanaşı, bütün təşviqat materiallarında Şirkətin xaricdəki müəssisəsinin və/və ya nümayəndəliyinin tam ünvanı və ya digər əlaqə məlumatları verilmiş veb sayt ünvanı da yer almalıdır.

Bütün təşviqat materialları və informasiya (çap, rəqəmsal və ya şifahi şəkildə olmasından asılı olmayaraq) alıcıya şəxsi fikrini formalaşdırmağa imkan vermək üçün aktual, balanslaşdırılmış, ədalətli və kifayət qədər dolğun olmalıdır. O,

not be misleading and must encourage the rational use of products by presenting them objectively and without exaggeration. Promotional materials relating to products, their uses and therapeutic areas must be up-to-date, referenced, clinically relevant, prepared in accordance with the current SmPC and compliant with all applicable rules. 'Off-label' promotional messages are prohibited.

#### 1.8.1. Declarations and substantiation of promotion

Information, declarations and graphic representations must be accurate, balanced, fair, objective and sufficiently complete to enable the recipients to form their own opinion of the therapeutic value of the product concerned. They must not mislead by distortion, exaggeration, undue emphasis, omission, or in any other way. They must be based on an up-to-date evaluation of all relevant evidence from medical and scientific literature. Unsubstantiated superlatives, declarations like 'product causes no adverse reactions/toxic hazards' or 'risks of addiction/dependency' must not be used. The term 'new' must not be used longer than for 12 months since the product was launched on a particular market.

Quotations from medical and scientific literature or from personal communications must be faithfully reproduced (except where adaptation or modification is required in order to comply with any other applicable rules, in which case it must be clearly stated that the quotation has been adapted and/or modified) and the precise sources identified.

References to the literature used in promotion must be clearly stated. The Company will provide corresponding literature or unpublished data ('Data on file') if so permitted by national legislation, whenever required from healthcare professionals, promptly upon request, otherwise only data from SmPC are used.

yanılıcı olmamalı, preparatları obyektiv və mübağiləsiz təqdim edərək, onların rasiional istifadəsini təşviq etməlidir.

Preparatlar, onların istifadəsi və terapevtik sahələri haqqda təşviqat materialları aktual olmalı, mənbələrə əsaslanmalı, kliniki nöqtəyi nəzərdən əhəmiyyət kəsb etməli, preparatın mövcud İstifadə Qaydasına (PIQ) uyğun olmalı və bütün tətbiq edilən qaydalara riayət edilməlidir. "Etiketdən kənar" təşviqat mesajları qadağan edilir.

#### **1.8.1. Təşviqin təsdiqi və əsaslandırılması**

Adresatda sözügedən dərman preparatının terapevtik dəyəri haqqda müstəqil rəy formalaşa bilməsi üçün informasiya, elanlar və qrafik təsvirlər dəqiq, ölçülüb-biçilmiş, obyektiv və yetərinə dolğun olmalıdır. Onlar təhrif, şişirtmə, ifrat dərəcədə xüsusi vurğulama yolu ilə və/və ya istənilən digər üsulla insanı yanıltmamalıdır. Onlar tibbi və elmi ədəbiyyatdan götürülən bütün aktual sübutların son dəyərləndirilməsinə əsaslanmalıdır. Əsassız şişirtmələr və «preparatın qəbulu arzuolunmaz reaksiyalar /toksiklik» və ya «asılılığın yaranmasına səbəb olmur» kimi bəyanatlardan istifadə olunmamalıdır. Müəyyən ölkələrdə «yeni» sözünün istifadəsi preparatın buraxılış tarixindən on iki ay müddət keçdikdən sonra məhdudlaşır.

Tibbi və elmi ədəbiyyatdan və ya şəxsi ünsiyyət nəticəsində əldə edilən sitatlardan səliqəli şəkildə (digər tətbiq edilən qaydalarla uyğunluq üçün adaptasiyası və ya modifikasiyası tələb olunduğu hallar istisna olunur və bu halda sitatın adaptasiya və/və ya modifikasiya olunduğunu göstərmək lazımdır), məlumat mənbəyinə istinad etməklə istifadə olunmalıdır.

İstifadə edilən ədəbiyyatda istinadları düzgün tərtib etmək lazımdır. Şirkət müvafiq ədəbiyyatı və ya dərc olunmamış məlumatları ("arxiv məlumatlarını") yalnız milli qanunvericiliyin yol verdiyi təqdirdə, səhiyyə mütəxəssisləri tərəfindən tələb olunduğu zaman ilk tələb üzrə təqdim edir, digər halda isə yalnız dərman preparatının tibbi istifadə təlimatının məlumatlarından istifadə olunur.

**1.8.2. Comparisons with other products**  
If comparisons with other products are made in promotion, such comparisons must be based on relevant data and in accordance with SmPCs of all the products mentioned. When comparative data are used, they must be factual, objective and justifiable with reference to their source. For comparisons, only relevant, substantial and verifiable aspects are used. Comparisons must be presented without distortion of data and so that they are not misleading.

**1.8.3. Approval of promotional materials**

Promotional materials are verified and approved on a country level by country management in accordance with internal company procedures, which are designed to ensure that all promotional materials in use are up-to-date and compliant with the applicable rules as well as with the current Summary of Product Characteristics. Individual field force representatives (i.e. medical, sales and/or pharmacy representatives, key account representatives and other company representatives) cannot prepare their own promotional materials; all promotional materials are prepared and checked by competent departments and qualified personnel in accordance with internal company procedures and requirements of the national legislation.

**1.9. Informational or educational materials, items of medical utility and inexpensive promotional items**  
Informational or educational materials may be offered and/or supplied to healthcare professionals only if they are aimed directly at the education of healthcare professionals and patient care. Inexpensive items of medical utility or inexpensive promotional items may be offered and/or supplied to healthcare professionals to whom the products are promoted only if they are of symbolic value (inexpensive), relevant to the healthcare professional's professional duties, ultimately benefit patients, patient care or the practice

**1.8.2. Digər dərman preparatları ilə müqayisə**  
Preparatların təşviqi zamanı digər dərman preparatları ilə müqayisələrdən istifadə olunursa, bu müqayisələr müəyyən məlumatlara əsaslanmalı və bütün qeyd olunan preparatların tibbi istifadə Təlimatına uyğun olmalıdır. İstifadə olunan nisbi məlumatlar faktlara və qanunlara əsaslanmalı, məlumat mənbəyinə istinad edilərək dəqiq olmalıdır. Müqayisə üçün yalnız aktual, yoxlanılması mümkün olan vacib aspektlərdən istifadə edilməlidir. Müqayisə nəticələri məlumatları təhrif etmədən və insanları yanıltmayacaq şəkildə təqdim edilməlidir.

**1.8.3. Təşviqat materiallarının təsdiqi**

Bütün təşviqat materiallarının tətbiq olunan qaydalara və dərman preparatlarının qüvvədə olan tibbi istifadə təlimatlarına uyğunluğunun təmin edilməsi üçün onlar nəzərdə tutulan daxili şirkət qaydalarına müvafiq olaraq şirkətin ölkə üzrə rəhbərləri tərəfindən yoxlanılır və təsdiqlənir. Səhənin ayrı-ayrı nümayəndələri (məs., tibbi, satış və/və ya aptek nümayəndələri, əsas müştərilərlə iş üzrə təmsilçilər) müstəqil olaraq təşviqat materialları hazırlaya bilməzlər; bütün təşviqat materialları şirkətin daxili qaydalarına uyğun olaraq səlahiyyətli şöbələr tərəfindən hazırlanır və milli qanunvericiliyin tələblərinə müvafiq şəkildə yoxlanılır.

**1.9. İnformasiya və ya təlim materialları, tibbi təyinatlı əşyalar və kiçik dəyərə malik hədiyyələr**

Səhiyyə mütəxəssislərinə informativ və ya tədris materialları yalnız onlar birbaşa səhiyyə işçilərinin tədrisi və pasiyentlərə qulluq məqsədi daşdığı zaman təklif edilə və/və ya təqdim oluna bilər. Preparatların təşviq edildiyi səhiyyə işçilərinə dəyəri yüksək olmayan tibbi təyinatlı əşyalar və təşviqat məhsulları yalnız rəmzi dəyərə malik olduğu zaman (ucuz), səhiyyə işçilərinin professional vəzifə öhdəliklərinə uyğun olduqda, nəticə olaraq pasiyentlərə, pasiyentlərin

of medicine or pharmacy, and if this is in accordance with national laws.  
The abovementioned materials and items must never provide a personal benefit to healthcare professionals or be used to improperly influence them.  
Larger quantities of medical items that would offset the routine costs of operating a healthcare practice, i.e. supplies that are normal and necessary for day-to-day practice, may not be provided. Exceptions are public health emergencies and disaster relief if this is permissible and in accordance with national laws.

The Company does not give cash or cash equivalents, or items that could easily be resold or used to generate income.  
In the countries where applicable rules permit it, an inexpensive gift not related to the practice of medicine may be given on an infrequent basis to healthcare professionals.

#### 1.11. Marketing staff

##### 1.11.1. Education

The company representatives, including the representatives engaged under a contract with a third party, who call on healthcare professionals in connection with the promotion of the Company's products, must be properly trained and have sufficient scientific knowledge to be able to provide accurate and complete information about the products they promote. This is ensured by a regular periodic training system for all Krka's representatives who are trained about the applicable rules.

##### 1.11.2. Individual calls

Krka's representatives must work in a professional, responsible and ethical manner. At each call, they must provide healthcare professionals with a Summary of Product Characteristics, or they must at least have it available upon request for each product that they present. Krka's representatives should ensure that the frequency, timing and

qayğısına qalmağa və ya tibbi və ya əczaçılıq təcrübəsinə fayda verdiyi təqdirdə və milli qanunvericiliyə uyğun olduğu zaman təklif edilə və/və ya təqdim edilə bilər.

Yuxarıda qeyd edilən material və əşyalar heç vaxt səhiyyə mütəxəssislərinə şəxsi mənfəət gətirməməli və ya onlara müvafiq olmayan tərzdə təsir etmək üçün istifadə edilməməlidir. Tibbi praktikanın fəaliyyəti zamanı gündəlik xərcləri təmin edə biləcək qədər, yəni gündəlik təcrübə üçün normal və zəruri olan böyük miqdarda tibbi təyinatlı əşyalar təqdim edilə bilməz. İctimai səhiyyə sahəsində meydana çıxan fəvqəladə vəziyyətlər və ya təbii fəlakətlərin aradan qaldırılması zamanı milli qanunvericiliyin yol verdiyi və ona müvafiq olduğu hallar istisna təşkil edir.

Şirkət pul vəsaitləri və ya onların ekvivalentlərini, eyni zamanda asanlıqla yenidən satıla və ya gəlir əldə etmək üçün istifadə oluna bilən əşyalar təqdim etmir.

Mövcud qanunlara müvafiq olaraq belə halların icazə verildiyi ölkələrdə tibbi təyinatlı olmayan ucuz hədiyyələr səhiyyə işçilərinə nadir hallarda verilə bilər.

#### 1.11. Marketing əməkdaşları

##### 1.11.1. Təlim

Şirkət nümayəndələri, o cümlədən üçüncü şəxslə müqavilə əsasında işləyən və şirkət preparatlarının təşviqi ilə əlaqədar səhiyyə mütəxəssislərini ziyarət edən nümayəndələr təşviq edilən dərman preparatları haqqında tam və dolğun informasiya təqdim etmək üçün kifayət qədər hazırlığa və zəruri elmi biliklərə malik olmalıdırlar. Nəzərdə tutulmuş hazırlıq bu sahədə bütün mövcud qaydalara uyğun olaraq, Krka-nın bütün tibbi nümayəndələri üçün müntəzəm təlim sistemi vasitəsilə təmin olunur.

##### 1.11.2. Fərdi ziyarətlər (üz-üzə və virtual)

Tibbi nümayəndələr öz işlərini peşəkarcasına, məsuliyyətlə və etik normalar çərçivəsində yerinə yetirməlidirlər. Hər ziyarət zamanı onlar səhiyyə mütəxəssislərinə dərman preparatının tibbi istifadə təlimatını təqdim etməli və ya ən azından, təşviq etdikləri hər bir preparatın istifadə qaydası tələb edildikdə, təqdim etmək üçün özlərində saxlamalıdırlar. Tibbi

duration of calls to healthcare professionals, together with the manner in which they are made, do not cause any inconvenience. Krka's representatives must not use any inducement or deception to gain a call. On a call, or when seeking an appointment for a call, Krka's representatives must, from the outset, take reasonable steps to ensure that they do not mislead as to their identity or that of the company they represent.

#### 1.11.3. Duty to accept reports about adverse reactions and opinion about the products

Krka's representatives must have at hand forms for reporting adverse drug reactions (CIOMS or other forms if locally required) at each call and make them available if so required. Reports about adverse drug reactions must be forwarded to the person responsible for pharmacovigilance in the country.

#### 1.11.4. Market research and non-interventional studies

Krka's representatives can occasionally assist in market research, non-interventional clinical studies and other similar research programmes if this is permitted by national law. Involvement of Krka's representatives in market research and non-interventional clinical studies must be strictly separated from their promotional activities.

### 1.12. Events

#### 1.12.1. Objectives

The purpose and focus of all promotional, scientific or professional meetings, congresses, conferences, symposia, webinars, and other similar events organised or supported by the Company (an 'event') for healthcare professionals is to inform healthcare professionals about the Company's products and/or to provide scientific and/or educational information.

#### 1.12.2. Venue

nümayəndələr səhiyyə mütəxəssisinə edilən ziyarətin tezlik, vaxt və müddətinin, eləcə də onun keçirilmə tərzinin narahatlıq doğurmamasına çalışmalıdırlar. Tibbi nümayəndə ziyarət keçirmək üçün heç bir təhrik və ya hiylələrdən istifadə etməməlidir. Ziyarət zamanı zamanı və ya ziyarətlə bağlı razılışma prosesində tibbi nümayəndələr lap əvvəldən öz kimlikləri və ya təmsil etdikləri şirkət barədə düzgün məlumatların verilməsinə xüsusi diqqət ayırmalıdırlar.

#### **1.11.3. Dərman preparatları ilə bağlı arzuolunmaz reaksiyalar haqqda hesabat və rəylərin qəbul edilmə öhdəliyi**

Tibbi nümayəndələrdə hər bir ziyarət zamanı arzuolunmaz reaksiyalar barədə rəsmi hesabat forması (yerli orqanların tələbi üzrə CIOMS və ya digər forma) mövcud olmalı və ya tələb edilərkən onları təqdim etməlidir. Dərman preparatı ilə bağlı arzuolunmaz reaksiyalar haqqda hesabatlar ölkənin əczaçılıq nəzarəti orqanının məsul şəxsinə göndərilməlidir.

#### **1.14.4 Bazarın öyrənilməsi və epidemioloji tədqiqatlar**

Milli qanunvericiliyin yol verdiyi təqdirdə, tibbi nümayəndələr vaxtaşırı bazarın öyrənilməsi və epidemioloji tədqiqat proqramlarının həyata keçirilməsinə yardım göstərə bilərlər. Tibbi nümayəndələrin bazarın öyrənilməsində və epidemioloji tədqiqatda iştirakı ciddi şəkildə təşviq tədbirlərindən uzaq olmalı və yerli rəhbərlik tərəfindən buna nəzarət edilməlidir.

### **1.12. Tədbirlər**

#### **1.12.1. Məqsədlər**

Şirkətin dəstəyi ilə səhiyyə mütəxəssisləri üçün təşkil edilən və ya keçirilən bütün təşviqat, elmi və ya peşəkar tədbir, konqres, konfrans, simpozium, vebinar və digər bənzər tədbirlərin ("tədbir") əsas məqsədi səhiyyə mütəxəssislərini Şirkətin dərman preparatları barədə məlumatlandırmaq və/və ya onları elm və ya tədris xarakterli informasiya ilə təmin etməkdir.

#### **1.12.2. Tədbirlərin keçirildiyi yer**

All the events organised or supported by or on behalf of the Company must be held at an appropriate venue that suits the main purpose of the event and makes the most sense logistically. The event takes place outside the participants' home country only if it is organised for participants from different countries, or if the relevant resource or expertise that is the object or subject of the event is only available in another country. The Company must avoid using luxury hotels, resorts and venues that are renowned for their entertainment facilities or may be considered extravagant.

#### 1.12.3. Information

Promotional information that appears on exhibition stands or is distributed to participants at international events must refer to products registered in the market where the event takes place, or products registered in the markets of participants and can therefore also refer to products (or uses) not authorised in the country where the event takes place, as long as

(a) Any such promotional material is accompanied by a suitable statement indicating the countries in which the product is authorised and makes it clear that the product or use is not authorised in a particular country;

(b) Any such promotional material, which refers to prescribing information (indications, warnings, etc.), authorised in a country or countries where the product is authorised should be accompanied by an explanatory statement indicating that marketing authorisation conditions differ internationally.

#### 1.12.4. Hospitality

Hospitality may be offered to healthcare professionals in connection with local, national or international scientific and/or educational events organised by the Company or a third party. Such events may take place in the country or abroad. Hospitality may be offered also in connection with the Company's site visits.

Şirkətin dəstəyi ilə yaxud onun adından təşkil edilən və ya keçirilən bütün tədbirlər əsas məqsədlərinə uyğun və əlaqədar olan obyektlərdə keçirilir. Tədbirlər müxtəlif ölkələrdən olan iştirakçılar üçün təşkil olunduğu halda, yaxud tədbirin obyektini və ya subyektini təşkil edən müvafiq resurs və ya biliklərin yalnız digər ölkədə mövcud olduğu təqdirdə, o, iştirakçıların yaşadıkları ölkənin hüddudlarından kənarında keçirilir. Şirkət mədəni-əyləncəli tədbirlərin keçirildiyi yerlər kimi tanınan və ya həddən artıq nəfis hesab olunan obyektlərin istifadəsindən qaçınmalıdır.

#### **1.12.3 İnformasiya**

Beynəlxalq tədbirin Sərgi stendində nümayiş etdirilən və ya iştirakçıları arasında yayılan təşviqat-marketing xarakterli informasiya tədbirin keçirildiyi ölkədə və ya iştirakçıların ölkəsində qeydiyyatda alınmış preparatlar olmalıdır və bu səbəbdən də, tədbirin keçirildiyi ölkədə hələ qeydiyyatda alınmamış preparatlara (və ya onların tətbiqinə) aşağıdakı şərtlərə uyğun olaraq aid edilə bilər:

(a) istənilən belə təşviqat materialına preparatların qeydiyyatdan keçdiyi ölkələrin adı göstərilməklə onu müvafiq şəkildə təsdiq edən və preparat və ya onun tətbiqinin ayrıca bir ölkədə qeydiyyatda alınmadığını izah edən sənədlər əlavə edilməlidir,

b) bu, preparatların təsdiq edildiyi ölkədə və ya ölkələrdə tətbiq üzrə təlimatlara aid olan istənilən belə təşviqat materialı (göstərişlər, ehtiyat tədbirləri və s.) preparatın qeydiyyat şərtinin müxtəlif ölkələrdə fərqli olması barədə izahedici bildirişlə müşayiət olunmalıdır.

#### **1.12.4. Qonaqpərvərlik**

Şirkət və ya hər hansı üçüncü tərəfin təşkil etdiyi yerli, milli və ya beynəlxalq elmi və/və ya tədris tədbirləri ilə bağlı səhiyyə mütəxəssislərinə münasibətdə qonaqpərvərlik nümayiş etdirilə bilər. Belə tədbirləri ölkədə və ya xaricdə keçirmək olar. Qonaqpərvərlik həmçinin zavoda ekskursiya zamanı da nümayiş etdirilə bilər.

All forms of hospitality offered to healthcare professionals must be reasonable and strictly limited to the main purpose of the event. As a general rule, the provided hospitality must not exceed what healthcare professionals would normally be prepared to pay by themselves on such occasions and must not exceed the main purpose or the scientific value of the event. Hospitality is limited to accommodation, travel and meals (food and drinks). Travel should always be on the most direct and logical route, taking into account costs to the Company. Arrivals and departures should, whenever logistically possible, coincide with the beginning and end of the meeting. Hospitality is offered only to persons who qualify as participants in their own right, except in those rare instances where a healthcare professional with a disability genuinely requires a carer to enable them to travel.

The Company has implemented cost limits for hotels and meals that are consistent with norms and requirements in each country. The Company must not provide or fund any stand-alone hospitality that is not in relation to, and necessary for, a professional meeting. The provision or funding of entertainment is not permitted.

If sponsoring or organising an event where some attendees participate online, the Company may provide or fund appropriate food and drinks only for those healthcare professionals who are present in person at an appropriate meeting location. The Company must not provide or fund any food or drinks for individual online attendees.

#### 1.12.5. Exhibitions

Exhibitions are intended for advancement of scientific and professional knowledge and experience among healthcare professionals. On the exhibition stand, the name of the Company must be clearly visible and recognisable. Informational or educational materials, items of medical utility and inexpensive gifts may be made available at the stand.

#### 1.13. Site visits

Səhiyyə mütəxəssislərinə qarşı nümayiş etdirilən bütün qonaqpərvərlik formaları öz səviyyəsinə görə məqbul olmalı və tədbirin əsas məqsədi ilə məhdudlaşmalıdır. Bir qayda olaraq, qonaqpərvərlik təzahürləri səhiyyə mütəxəssislərinin dəyərini ödəyə bildikləri səviyyəni keçməməli, tədbirin məqsədi və elmi dəyərindən artıq olmamalıdır. Qonaqpərvərlik yaşayış yeri, nəqliyyat və yemək xərclərinin (içki və yemək) ödənilməsi ilə məhdudlaşır. Səyahət Şirkətin xərcləri nəzərə alınmaqla, həmişə birbaşa və məntiqli marşrutlarla həyata keçirilməlidir. Məntiqi baxımdan mümkün olduğu zaman gəliş və gediş tədbirin başlanması və bitməsi vaxtı ilə üst-üstə düşməlidir. Əlil olan səhiyyə işçisinin həqiqətən qayğı göstərəcək hamiyə ehtiyacı olduğu hallar istisna edilməklə, qonaqpərvərlik rəsmi olaraq iştirakçılar kimi təsnif edilən şəxslərə münasibətdə nümayiş etdirilir. Şirkət hər bir ölkənin müvafiq norma və tələblərinə uyğun olaraq, mehmanxana və yemək xərcləri ilə bağlı qiymət limitləri tətbiq edir. Şirkət professional toplantı ilə əlaqəsi olmayan və ya zəruri hesab edilməyən ayrı-ayrı nümayəndəliklərin görüş xərclərini qarşılıq və maaliyələşdirmir. Əyləncə ilə bağlı xərclərin təmin edilməsi və ödənilməsinə icazə verilmir.

Şirkətin sponsorluq və ya təşkil etdiyi tədbirlərdə bəzi iştirakçılar on-line qatıldığı zaman, Şirkət yalnız toplantının keçirildiyi yerdə şəxsən iştirak edən şəxsləri yemək və içki ilə təmin edə və ya pulunu ödəyə bilər. Şirkət fərdi online iştirakçıları yemək və ya içki ilə təmin etməməli və ya onların xərclərini ödəməməlidir.

#### 1.12.5. Sərgilər

Sərgilər səhiyyə mütəxəssisləri arasında elmi-peşəkar bilik və təcrübənin təşviq edilməsi üçün nəzərdə tutulmuşdur. Şirkətin adı sərgi stendində aydın görünməli və tanınmalıdır. Stenddə informasiya və ya tədris materiallarının, tibbi təyinatlı əşyaların nümayiş etdirilməsi və kiçik dəyərli hədiyyələrin olmasına yol verilir.

#### 1.13. Şirkətin obyektlərinə səfərlər



A site visit of the Company's manufacturing, distribution or R&D facilities can help healthcare professionals and customers to better understand the Company's core manufacturing capabilities, technology and operations. As such, site visits must have genuine educational value. Concerning venue, information given and hospitality, the same provisions apply as described under Events (see point 1.12).

#### 1.14. Educational support

The Company may support scientific, medical, pharmaceutical, and professional education, thus contributing to the advancement of scientific medical knowledge of healthcare professionals.

The Company may provide educational support to individual healthcare professionals or healthcare organisations.

The event, for which the attendance of a healthcare professional is supported, must primarily consist of scientific, educational, and professional content, must be directly associated with the healthcare professional's practised therapeutic area, and must be directly related to the Company's therapeutic areas. The event may be conducted in person, online or may be a combination of both.

Educational support may only include remuneration of the registration fee, travel, accommodation, and reasonable hospitality. It must not include daily allowances or any other costs associated with the attendance at the event and cannot be extended to family members or accompanying persons.

The Company does not finance the attendance of individual healthcare professionals at certified courses or programmes contributing to postgraduate qualifications and degrees of education since this would provide significant personal benefit.

The aim of the educational support provided by the Company is to facilitate the spread of the latest scientific developments, knowledge and medical practical recommendations among healthcare professionals, thus contributing to their competencies. The Company aims at building its positive image in

Obyektlərə səfər həqiqi tədris dəyərində malik olduğundan, şirkətin istehsal, distribütor və ya ETM-nə (elmi-tədqiqat mərkəzlərinə) səfərlər səhiyyə mütəxəssisləri və müştərilərə şirkətin əsas istehsal imkanları, texnologiya və əməliyyatlarını daha yaxşı başa düşməyə kömək edə bilər.

Tədbirlərin keçirilmə yeri, təqdim edilən informasiya və qonaqpərvərlik ilə bağlı da "Tədbirlər" bölməsinin müddəaları tətbiq edilir (baxın: bənd 1.12.)

#### 1.4. Təlimə dəstək

Şirkət elm, tibb və əczaçılıq sahəsində təlimə dəstək göstərərək, bununla səhiyyə mütəxəssislərinin elmi-tibbi bilik səviyyələrinin yaxşılaşmasına kömək edə bilər.

Şirkət fərdi şəkildə səhiyyə mütəxəssisi və ya səhiyyə təşkilatının təliminə dəstək verə bilər. Şirkətin dəstəyi sayəsində səhiyyə mütəxəssisinin iştirak etdiyi tədbir ilk növbədə elmi, tədris və peşəkar məzmunlu olub, mütləq səhiyyə işçisinin fəaliyyət göstərdiyi terapiya sahəsi ilə bağlı və Şirkətin terapiya sahələri ilə birbaşa əlaqəsi olmalıdır. Tədbir fərdi qaydada, online və ya ikisinin kombinasiyası şəkildə keçirilə bilər.

Təlimə dəstək yalnız qeydiyyat haqqı, yol və yaşayış yeri xərclərinin ödənilməsi və müvafiq qonaqpərvərlik ilə məhdudlaşa bilər. Tədbirdə iştirakla bağlı gündəlik və ya istənilən digər xərclər, eləcə də ailə üzvlərinə və müşayət edən şəxslərə qarşı təlimə dəstək şərtləri şamil edilə bilməz.

Şirkət ali təhsildən sonra ixtisas və ya təhsil dərəcəsini artırmaq üçün ayrı-ayrı səhiyyə mütəxəssislərinin sertifikat verən kurslar və ya proqramlarda iştiraklarının iştirakçılara əhəmiyyətli dərəcədə şəxsi mənfəət gətirə biləcəyinə görə onları maliyyələşdirmir.

Təlimə dəstəyin təmin olunmasının məqsədi son elmi araşdırmalar, bilik, praktiki tibbi tövsiyələrin və təcrübələrin səhiyyə mütəxəssisləri arasında yayılmasına kömək etməklə, onların qabiliyyət və bacarıqlarının artırılmasından ibarətdir. Şirkətin məqsədi yeni biliklərin əldə olunmasına kömək

the healthcare community by means of contributions to acquiring new knowledge.

#### 1.15. Service and consultancy

Expert advice and support from healthcare professionals, healthcare organisations and patient organisations helps the Company to make decisions that ultimately benefit patient care. The Company may engage appropriate experts from these segments of the healthcare community to provide necessary services, including serving as experts on advisory boards, speaking at and chairing events, participating in research, participating in focus groups and market research, and training and educating about products.

##### 1.15.1. Healthcare professionals

Engagement of healthcare professionals and related arrangements must meet the following criteria:

- (a) A legitimate need for the services has been clearly identified before they are required and before making arrangements with prospective consultants;
- (b) A written contract or agreement is entered into specifying the nature of services to be provided and, subject to point (c) below, the basis for payment of these services;
- (c) Remuneration for services is reasonable and reflects the fair market value of services provided considering the skills, experience, job role, prominence and location of the individual performing the services;
- (d) Remuneration is made only for performed work;
- (e) Healthcare professionals are selected based only on their qualifications, expertise and abilities to provide the service. The Company personnel responsible for selecting the experts must have the expertise required to evaluate whether the proposed healthcare professionals are appropriate;
- (f) The number of engaged healthcare professionals is not greater than the number reasonably necessary to achieve the identified need;
- (g) The Company maintains relevant records and makes appropriate use of the services provided by consultants;

göstərərək səhiyyə orqanları arasında müsbət imic yaratmaqdır.

#### 1.15. Xidmətlər və konsultasiyalar

Ekspert məsləhəti və səhiyyə işçiləri, təşkilatları pasiyent assosiyasiyalarının dəstəyi Şirkətə pasiyentin müalicəsinə fayda verəcək qərarlar qəbul etməyə kömək edir. Şirkət məsləhət şuralarında ekspert qismində xidmət göstərmək, tədbirlərdə nitq söyləmək və sədrlik etmək, tədqiqatlara qoşulmaq, fokus-qruplar və bazarın öyrənilməsinə qatılmaq, həmçinin preparatlarla bağlı təlim və tədris fəaliyyətləri həyata keçirmək də daxil olmaqla, səhiyyə orqanlarının bu sahələrindən müvafiq ekspertlər cəlb edə bilər.

##### 1.15.1. Səhiyyə mütəxəssisləri

Səhiyyə işçilərinin cəlb olunması və müvafiq tədbirlər aşağıdakı meyarlara uyğun olmalıdır:

- (a) Xidmətlərlə bağlı tələb olunan qanuni tələbat onlara ehtiyac duyulmazdan və potensial konsultantlarla anlaşma imzalanmamışdan əvvəl dəqiq müəyyən edilir;
- (b) Göstəriləcək xidmətlərin xarakterini və aşağıda qeyd edilən bənd (c) nəzərə alınaraq, bu xidmətlərlə bağlı ödənişlərin əsasını müəyyən edərək, yazılı müqavilə və ya anlaşma imzalanır;
- (c) Göstərilən xidmətlərin haqqı münasib olub, xidmət göstərən şəxsin bacarıq, təcrübə, vəzifə, fəaliyyət sahəsində tanınması və yerləşdiyi yer nəzərə alınmaqla, göstərilən xidmətlərin ədalətli bazar dəyərini əks etdirir.
- (d) Xidmət haqqı yalnız icra olunmuş işə görə ödənilir;
- (e) Səhiyyə işçiləri yalnız ixtisas, təcrübə və xidmət göstərmək bacarıqlarına əsaslanaraq seçilir. Ekspertlərin seçilməsi ilə bağlı Şirkətin məsul işçiləri təklif olunan səhiyyə mütəxəssislərinin müvafiqliyini dəyərləndirmək üçün tələb olunan təcrübəyə malik olmalıdırlar;
- (f) konkret tələblərə əsaslanaraq, cəlb olunan səhiyyə mütəxəssislərinin sayı tələb olunan məqbul saydan artıq olmamalıdır;
- (g) Şirkət müvafiq mühasibat uçotu aparır və məsləhətçilərin göstərdiyi xidmətlərin müvafiq şəkildə göstərilməsinə təmin edir;

(h) The hire of a healthcare professional to provide a relevant service is not an inducement to recommend, prescribe, purchase, supply, sell or administer a particular product.  
Krka supports all efforts made in order to provide transparency in any transfers of value between pharmaceutical companies and healthcare professionals, and complies with all applicable rules, while applying special attention to compliance with applicable personal data protection rules. Krka supports that the experts declare that they have provided paid services to the Company whenever they write or speak in public about a matter that is the subject of the agreement or any other issue relating to the Company.

#### 1.15.2. Healthcare organisations

Contracts between the Company and healthcare organisations under which they provide any type of services to the Company are only allowed if such services (or other funding):

- (a) Are provided for supporting healthcare or research and development;
- (b) Do not constitute an inducement to recommend, prescribe, purchase, supply, sell or administer specific prescription-only medicinal products;
- (c) Any remuneration for rendered services reflects the fair market value of services provided;
- (d) Remuneration is not dependent on prescribing or recommending products and no condition of this type may be expressed or indicated.

If the Company sponsors an activity, the amount paid must be fair market value considering the nature and scale of the activity and any commercial benefit available to the Company.

#### 1.16. Social contributions

The Company may contribute to the communities it serves by making charitable

(h) Müvafiq xidmətlərin göstərilməsi ilə bağlı SM-nin cəlb edilməsi konkret dərmanı preparatını tövsiyə və təyin etmək, satın almaq, tədarük və ya istifadəsinə sövq etməyi nəzərdə tutmur. KRKA əczaçılıq şirkətləri ilə səhiyyə işçiləri arasında istənilən dəyərlərin verilməsi zamanı şəffaflığın təmin edilməsinə yönəlmiş bütün söyləri dəstəkləyir və şəxsi məlumatların qorunması ilə bağlı müvafiq qaydalara xüsusi diqqət yetirərək, bununla bağlı bütün tətbiq olunan qanunlara riayət edir. KRKA ekspertlərin müqavilənin predmeti olan və ya Şirkətlə bağlı hər hansı başqa məsələ haqqda ictimaiyyətə yazan və ya danışan zaman Şirkətə ödəniş əsasında xidmətlərin göstərdiyini bəyan etmələrini dəstəkləyir. Bu konsultasiya xidmətlərini və ya digər xidmətləri əhatə edən razılaşmalar bu və ya digər dərəcədə konkret razılaşmaya aid olub, müvafiq meyarlara uyğun olmalıdır:

#### 1.15.2 *Səhiyyə təşkilatları*

Şirkətlə müəssisə, təşkilat və ya səhiyyə mütəxəssislərinin cəmiyyətləri arasında müqavilələr çərçivəsində bu müəssisələr, təşkilatlar və ya cəmiyyətlərin Şirkətə yalnız aşağıdakı şərtlərə müvafiq olaraq xidmətlər (və ya başqa maliyyə dəstəyi) göstərilməsinə imkan verilir:

- (a) səhiyyə və ya elmi tədqiqatları və araşdırmaları dəstəkləmək məqsədilə həyata keçirilir;
- (b) spesifik reseptlə buraxılan dərmanların tövsiyə edilməsi, təyin olunması, satın alınması, tədarükü, satışı və ya istifadəsinə sövq etməyi nəzərdə tutmur;
- (c) göstərilən xidmətlərə görə bütün ödənişlər ədalətli bazar dəyərinə müvafiq olmalıdır;
- (d) ödəniş dərman preparatlarının təyin və ya tövsiyə edilməsindən asılı deyil və buna bənzər heç bir şərt ifadə edilə və ya göstərilə bilməz.

Şirkət fəaliyyətə sponsorluq etdiyi təqdirdə, fəaliyyətin təbiəti və miqyası, Şirkətin əldə etdiyi komersiya gəliri nəzərə alınaraq, ödəniləcək məbləğ ədalətli bazar dəyərinə müvafiq olmalıdır.

#### 1.16. İanələr

Şirkət qanunvericilik yol verdiyi təqdirdə, səhiyyənin məqsədlərinə dəstək olmaq üçün

<p>financial and in-kind donations to healthcare organisations to support healthcare goals if permitted by national legislation. Legitimate purposes include support or scientific research, medical education, patient education, patient access to healthcare and the overall development of healthcare systems.</p> <p>Donations and benefits in kind to healthcare organisations are only allowed if they:</p> <p>(a) Are given as a response to an unsolicited and independent request from the potential recipient;</p> <p>(b) Are given to cover for a specific need, programme or project of the potential recipient and not as an unrestricted contribution;</p> <p>(c) Are not provided to individual healthcare professionals or for the benefit of individual healthcare professionals;</p> <p>(d) Are documented and kept on record by the Company; and</p> <p>(e) Do not constitute an inducement to recommend, prescribe, purchase, supply, sell or administer specific products, and the Company does not expect any favours or benefits for its social contributions, and</p> <p>(f) Are in accordance with all applicable rules.</p> <p><b>1.17. Patient organisations</b> In accordance with Krka's mission, the Company may provide financial support and/or non-financial support to patient organisations to benefit healthcare or society. The Company may engage patient organisations to provide services for the purpose of supporting healthcare or research. The Company does not seek any influence on patient organisations' activities and/or materials they support because of the Company's commercial interests.</p> <p><b>1.18. Disclosure of transfers of value to healthcare professionals, healthcare organisations and patient organisations</b></p> <p>Transparent relations and interactions between the Company and healthcare professionals, healthcare organisations and patient organisations assist informed</p>	<p>səhiyyə təşkilatlarına maliyyə və pul ianələri etməklə, xidmət göstərdikləri cəmiyyətlərə töhvə verə bilər. Qanuni məqsədlərə dəstək və ya elmi araşdırma, tibbi maarifləndirmə, pasiyentin maarifləndirilməsi, pasiyentin səhiyyə xidmətlərindən istifadə edə bilməsi və səhiyyə sistemlərinin ümumi inkişafı daxildir.</p> <p>Səhiyyə təşkilatlarına ianə və qeyri-pul vəsaitlərinin verilməsinə yalnız aşağıdakı şərtlərlə icazə verilir:</p> <p>(a) potensial alıcının bizneslə əlaqəsi olmayan və müstəqil sorğusuna cavab olaraq verilir;</p> <p>(b) qeyri-məhdud töhvə kimi deyil, potensial alıcının konkret ehtiyacını, proqram və ya layihəsinin xərclərini ödəmək üçün verilir;</p> <p>(c) ayrı-ayrı səhiyyə işçilərinə və ya ayrı-ayrı tibb mütəxəssislərinin mənfəəti naminə verilmir;</p> <p>(d) Şirkətin tərəfindən sənədləşdirilir və qorunub saxlanılır; və</p> <p>(e) konkret dərman preparatlarının tövsiyə və təyin edilməsi, alışı, tədarükü, satışı və ya tətbiqinə sövq etmək üçün nəzərdə tutulmur və Şirkət ianələrə görə heç bir imtiyaz və ya mənfəət gözləmir; və</p> <p>(f) müvafiq qaydalara uyğun olur.</p> <p><b>1.17. Pasiyent təşkilatları</b> KRKA-nın missiyasına uyğun olaraq şirkət səhiyyənin inkişafı /ictimaiyyətin rifahı naminə pasiyent təşkilatlarına maddi və /və ya qeyri-maddi dəstək göstərə bilər. Şirkət pasiyent təşkilatlarını səhiyyə və tədqiqatlara dəstək məqsədilə xidmət göstərmək üçün cəlb edə bilər. Şirkət öz kommersion maraqları naminə dəstək verdiyi pasiyent təşkilatlarının fəaliyyətinə və/və ya materiallarına müdaxilə etməməlidir.</p> <p><b>1.18. Səhiyyə mütəxəssisləri, səhiyyə təşkilatları və pasiyent təşkilatlarına dəyərlərin verilməsi haqqında informasiyanın açıqlanması</b></p> <p>Şirkətlə səhiyyə mütəxəssisləri /səhiyyə təşkilatları və pasiyent təşkilatları arasında şəffaf münasibətlər və qarşılıqlı əlaqələr qərarların qəbul olunmasına, qeyri-etik və qanunsuz</p>
--	---

decision-making and help prevent unethical and illegal behaviour. The Company should endeavour to disclose transfers of value within the scope of the Medicines for Europe Code of Conduct on all territories where the Medicines for Europe Code of Conduct applies where such a disclosure and/or reporting is not defined by other applicable rules. Transfers of value may include anything of value that is provided or transferred by the Company (directly or indirectly via third party acting at its direction) to a recipient, including monetary payments or in-kind benefits. Disclosures must always comply with data privacy legislation and competition law. Disclosures are published on the websites for each market on a yearly basis by 30 June for the previous year.

The Company should disclose engagements and transfers of value to healthcare professionals and healthcare organisations that could potentially pose a conflict of interest, and should encourage the recipients of the transfers of value to disclose them where this would be in the best interest of patients or the public.

The Company discloses transfers of value in the recipient's country of primary practice.

#### 1.18.1. Healthcare professionals

On individual, named basis, the following transfers of value shall be disclosed:

- Fees for services and consultancy: aggregated honoraria (excluding expenses such as meals and drinks, travel and accommodation) paid by the Company to a healthcare professional in exchange for the provision of services, such as serving as an expert on an advisory board, speaking at a Company organised event, participating in a focus group, etc. Fees paid in connection with R&D activities or market research are excluded from the scope of the disclosure.
- If a healthcare professional refuses to provide consent required under applicable personal data protection rules, the data will be disclosed on an anonymous basis. If multiple healthcare professionals refuse

davranışın qarşısının alınmasına kömək edir. Şirkət dəyərlərin verilməsi haqqda informasiyanın təqdim olunmadığı və/və ya açıqlanması qaydasının müəyyən edilmədiyi ərazilərdə *Avropa üzrə Dərman Preparatları Assosiasiyasının* qüvvədə olan *Məcəlləsinin* məlumatlarını açıqlamağa çalışmalıdır. Dəyərlərin verilməsi dedikdə, şirkət tərəfindən (bilavasitə və ya dolay olaraq onun maraqlarına xidmət edən üçüncü şəxs vasitəsilə) alan şəxsə təqdim edilən və ya verilən hər hansı qiymətli-dəyərli əşyalar, o cümlədən istənilən formada pul ödənişləri və ya mükafatlar ola bilər.

İnformasiyanın açıqlanması hər zaman məlumatların məxfiliyi haqqda qanunvericilik və rəqabət qanununa müvafiq həyata keçirilməlidir. Hər bazar üzrə əvvəlki il üzrə informasiyanın açıqlanması hər il cari ilin 30 iyununa qədər veb-səhifədə dərc edilmişdir.

Şirkət potensial maraqların toqquşmasını yarada biləcək öhdəlik və dəyərlərin səhiyyə işçiləri və təşkilatlarına açıqlamalı və pasiyent və ya cəmiyyətin mənafeyinə uyğun olduğu təqdirdə, dəyərlərin ötürüldüyü alıcıları bu informasiyanı açıqlamağa təşviq etməlidir.

Şirkət dəyərlərin ötürülməsi haqqda informasiyanı alıcının əsas fəaliyyət ölkəsində açıqlayır.

#### **Səhiyyə mütəxəssisləri**

Hər bir individual təşkilata dəyərlərin ötürülməsi haqqda aşağıdakı informasiya təqdim olunur:

- xidmətlər və konsultasiyalar üçün qonorarlar: pul mükafatı (qidalanma, səyahət və yaşayış yeri xərcləri istisna olmaqla), Şirkət tərəfindən təşkil olunan tədbirlərdə çıxış edən, fokus qruplarında və s. iştirak edən, ekspert-məsləhət şurasının iclaslarında ekspert kimi çıxış edən səhiyyə işçisinə xidmət haqqı kimi Şirkət tərəfindən ödənilir. Elmi tədqiqat və araşdırma və ya bazar tədqiqatları çərçivəsində mütəxəssislərə ödənilən qonorarlar açıqlanmır.
- Səhiyyə mütəxəssisi şəxsi məlumatların qorunması üçün tətbiq olunan qaydalara uyğun olaraq razılıq verməkdən imtina

consent, then the transfer of value data must be aggregated indicating the number of healthcare professionals included in the aggregation.

Provided support to attend third party organised events, site visits and Company organised events must be disclosed in these sub-categories. The (total) amount of support provided, which may include registration fees, travel and/or hotel costs and the number of healthcare professionals supported, must be disclosed.

#### 1.18.2. Healthcare organisations

On individual, named basis, the following transfers of value shall be disclosed:

- Fees for services and consultancy: aggregated honoraria (excluding expenses such as meals and drinks, travel and accommodation) paid by the Company to a healthcare organisation in exchange for the provision of services, e.g. serving as an expert on an advisory board, speaking at a Company organised event, participating in a focus group, etc. Fees paid in connection with R&D activities or market research are excluded from the scope of the disclosure.
- Grants and donations: aggregated monetary amounts and brief description of the nature of the grant or donation (e.g. research grant, equipment donation, product donation, etc.).
- Sponsorship of activities and events: aggregated monetary amount of all sponsorships.

#### 1.18.3. Patient organisations

On individual, named basis, the following transfers of value shall be disclosed:

- Support: financial and in-kind support in the form of grants, donations and sponsorship of activities and events.
- Fees for services: contracted services per patient organisation including a brief description of the nature of the transfer of value and the amount provided.

etdikdə, məlumatlar anonim şəkildə açıqlanacaq. Bir neçə səhiyyə işçisinin razılıq verməkdən imtina etdiyi təqdirdə, dəyərlərin toplanmasına daxil edilmiş səhiyyə mütəxəssislərin sayı göstərilməklə, dəyərlərin ötürülməsi haqqda məlumatlar ümumiləşdiriməlidir. Üçüncü tərəfin təşkil etdiyi tədbirlərdə iştiraka dəstək, Şirkətin təşkil etdiyi zavoda ekskursiyalar və tədbirlər bu alt kateqoriyada açıqlanmalıdır. Qeydiyyat haqqı, nəqliyyat xərcləri və / və ya yaşayış yeri və ərzaq xərcləri, dəstəklənən səhiyyə mütəxəssislərinin sayı da daxil olmaqla, Şirkətin göstərdiyi dəstəyin ümumi məbləği haqqda informasiya açıqlanmalıdır.

#### 1.18.2. Səhiyyə təşkilatları

Hər bir təşkilat üçün fərdi şəkildə və adlar qeyd edilməklə, dəyərlərin verilməsi haqqda aşağıdakı informasiya təqdim olunur:

- xidmətlər və konsultasiyalar üçün qonorarlar: pul mükafatı (ərzaq, səyahət və yaşayış yeri xərcləri istisna olmaqla), Şirkət tərəfindən təşkil olunan tədbirlərdə çıxış edən, fokus qruplarında və s. iştirak edən, ekspert-məsləhət şurasının iclaslarında ekspert kimi çıxış edən səhiyyə işçisinə xidmət haqqı kimi şirkət tərəfindən ödənilir. Elmi tədqiqat və araşdırma və ya bazar tədqiqatları çərçivəsində mütəxəssislərə ödənilən qonorar açıqlanmır.
- qrantlar və ianələr: pul məbləğləri və qrantın və ya ianənin qısa təsviri (tədqiqat üçün qrantlar, avadanlıq üçün ianə, məhsullar üçün ianə və s.).
- fəaliyyət və tədbirlərə sponsorluq: bütün sponsorluq fəaliyyəti ilə bağlı ödənilmiş ümumi pul vəsaiti.

#### 1.18.3. Pasiyent təşkilatları

Hər bir konkret pasiyent təşkilatı üçün aşağıdakı dəyərlərin verilməsinə dair informasiya təqdim olunur:

- Dəstək: qrant, ianə və fəaliyyətlərə sponsorluq şəkildə maaliyə və mükafat dəstəyi;
- Xidmətlər üçün qonorar: dəyər və məbləğin ötürülməsinin qısa təsviri daxil edilməklə və hər bir pasiyent təşkilatı üçün müqavilə üzrə

<p>1.19. Responsibility</p> <p>Krka's representatives and all marketing staff are responsible for providing true, accurate and essential information consistent with the Summary of Product Characteristics. Krka's representatives and all marketing staff are responsible for compliance of all their activities with all applicable rules.</p> <p>Marketing Managers in the markets are responsible for compliance of all marketing activities with all applicable rules.</p> <p>Director of Krka responsible for compliance of all activities (including the disclosure of transfers) with all applicable rules. Director is responsible for regular training and education of marketing staff on all applicable rules.</p> <p>All employees involved in marketing and sales activities must familiarise themselves with the content of the Code through the eCampus e-learning system and presentations at cycle meetings, and annual repeat trainings through the eCampus e-learning system or presentations at cycle meetings.</p> <p>A violation of the Code may constitute a violation of work duties and may lead to a disciplinary action and/or ordinary or extraordinary termination of the employee's employment relationship. The Code must be revised at least once every five years and at any significant modification of the legislative framework.</p> <p>1.20. Enforcement</p> <p>The provisions of the Code must be respected throughout the Krka Group, i.e. in Region Slovenia, all representative offices and subsidiaries. Directors, General Managers, and Marketing Managers at Krka subsidiaries and representative offices are responsible for</p>	<p>göstərilən xidmətlər üzrə ödənilmiş məbləğ göstərilməklə.</p> <p><b>1.19. Məsuliyyət</b></p> <p>Tibbi nümayəndə, bütün marketinq və əməkdaşları dərman vasitəsinin tibbi istifadə Təlimatına uyğun olaraq düzgün, dəqiq və əsas məlumatların verilməsi üçün məsuliyyət daşıyır. Tibbi nümayəndə, marketinq və üzrə bütün əməkdaşlar fəaliyyətlərin tətbiq olunan qaydalara müvafiq olmasına görə məsuliyyət daşıyırlar.</p> <p>Marketinq menecerləri bazarda istənilən marketinq tədbirinin bütün mövcud qaydalara uyğun olaraq həyata keçirilməsinə görə cavabdehdir.</p> <p>nümayəndəlik direktorları bütün fəaliyyətlərin (dəyərlərin verilməsi haqqda informasiya da daxil olmaqla) tətbiq olunan qaydalara müvafiq olmasına görə məsuliyyət daşıyırlar nümayəndəlik direktoru marketinq əməkdaşları üçün bütün mövcud qaydalar sahəsində müntəzəm treninq və təlimlərin keçirilməsinə görə məsuliyyət daşıyırlar..</p> <p>Marketinq fəaliyyəti ilə məşğul olan bütün əməkdaşlar eCampus elektron tədris sistemi və dövrü toplantıların təqdimatları və eCampus elektron tədris sistemi vasitəsilə illik təkrar təlimlər və dövrü toplantıların təqdimatları vasitəsilə <i>Məcəllənin</i> məzmunu ilə tanış olmalıdırlar.</p> <p><i>Məcəllənin</i> pozulması əmək öhdəliklərinin pozulması hesab edilərək, intizam tədbirlərinə və/və ya əmək münasibətlərinin adi qaydada və ya vaxtından əvvəl bitməsi ilə nəticələnmə bilər. <i>Məcəllə</i> ən az 5 ildən bir və qanunvericilikdə edilən istənilən mühüm dəyişikliklər olduğu zaman nəzərdən keçirilməlidir.</p> <p><b>1.20.Məcəllənin müddəalarına əməl olunması</b></p> <p><i>Məcəllənin</i> müddəalarına bütün KRKA qrupunda, yəni Sloveniya Regionunda və bütün filial və nümayəndəliklərdə əməl edilməlidir. KRKA şirkətinin filial və təmsilçiliklərində direktorlar/baş direktorlar və marketinq üzrə menecerlər ölkədə ola biləcək daha ciddi</p>
--	---

adoption of relevant local Codes for this purpose, whereby taking into account possible stricter national requirements and registered activities of the unit. The same applies to Region Slovenia. Any breach of the provisions of the Code shall be considered a breach of employees' employment duties under applicable rules.

## 2. REFERENCE DOCUMENTS

Krka's Code of Conduct  
Code of Conduct – Medicines for Europe  
Rules on fraud prevention, detection and investigation

Directive 2001/83/EC of the European Parliament and of the Council of 6 November 2001 on the Community code relating to medicinal products for human use as amended

Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation, GDPR)

Law of the Republic of Azerbaijan on Medicines  
Law of the Republic of Azerbaijan on Personal data,  
Law of the Republic of Azerbaijan on Advertising

## 3. ATTACHMENTS

None

## 4. HISTORY

Date of preparation: 01.05.2021

First revision: 01.05.2023

## 5. PREPARATION AND APPROVAL

Prepared by: Salayeva Konul Accountant

Checked by: Yuliya Sadikova, Legal Affairs

tələbləri və bölmənin qeydiyyatıdan keçmiş fəaliyyətlərini nəzərə alaraq, bu məqsədlə müvafiq yerli *Məcəllənin* qəbul edilməsi ilə bağlı məsuliyyət daşıyırlar. Eyni şərtlər Sloveniya Bölgəsi üçün də keçərlidir.

*Məcəllə* müddələrinin istənilən şəkildə pozulması tətbiq olunan qaydalara görə əməkdaşın əmək öhdəliklərini pozması hesab edilir.

## 2. İSTİNAD EDİLƏN SƏNƏDLƏR

*KRKA şirkətinin Etika məəcəlləsi*

Dələduzluq faktlarının qarşısının alınması, aşkar edilməsi və araşdırılması qaydaları *haqqda Avropa üzrə Dərman Preparatları*

*Assosiasiyasının Məcəlləsi*

AVROPA PARLAMENTİNİN 2001/83/EC və ŞURASININ 6 noyabr 2001-ci il DİREKTİVLƏRİ, Avropa Birliyinin dərman preparatlarından tibbi məqsəd üçün istifadəsi haqqda Məcəlləsinin son versiyası, «Şəxsi məlumatların emalı ilə bağlı fiziki şəxslərin müdafiəsi və belə məlumatların sərbəst yerləşdirilməsi haqqda» (AB) Avropa Parlamentnin 2016/679 və Şurasının 27 aprel 2016-cı il Direktivləri və ləğv edilmiş 95/46 / EC sayılı Direktivlərin (Məlumatların qorunmasının ümumi qaydaları - *General Data Protection Regulation, GDPR*)

Dərman Preparatlarının istifadəsi haqqda Azərbaycan Respublikası Qanunu  
Şəxsi Məlumatların Qorunması haqqda Azərbaycan Respublikası Qanunu  
Təşviqat haqqda Azərbaycan Respublikası Qanunu

## 3. ƏLAVƏLƏR

Yoxdur

## 4. SƏNƏDLƏŞDİRİLMİŞ İNFORMASIYA

Hazırlanma tarixi: 01.05.2021

İlk redaktə: 01.05.2023

## 5. HAZIRLANMA VƏ TƏSDİQ

Hazırladı: Salayeva Konul, Mühəsib

Yoxladı: Yuliya Sadikova, Hüquq şöbəsi




Approved by: Khayal İbrahimov Director of RO



6. DISTRIBUTION LIST  
Distribution: e-mail or eCampus  
- Bütün marketing işçiləri

Director is responsible for the preparation of implementation, including the preparation of local documents, their dissemination, and training of all employees in the marketing network.

Təsdiq etdi: Xəyal İbrahimov, NO-nin Direktoru



6. **SƏNƏDLƏRİN GÖNDƏRİLDİYİ ÜNVANLAR:**  
Göndəriş: e-poçt və ya eCampus:  
All marketing employees

Direktor yerli səviyyədə sənədlərin hazırlanması, göndərişi və marketing şəbəkəsinin bütün əməkdaşlarının təlimi də daxil olmaqla, hazırlıq və həyata keçirilmə prosesinə görə məsuldur.